

Pengaruh Postingan Foto Di Instagram @pesonakuningan terhadap Minat *Followers* Dalam Mengunjungi Wisata Alam Telaga Biru di Kabupaten Kuningan

Egi Nur Fauzi¹, Firdaus Yuni Dharta², dan Nurkinan³

^{1,2,3}Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Singaperbangsa Karawang
eginurfauzi02@gmail.com¹, firdaus.yunidharta@fisip.unsika.ac.id²,
nurkinan@fisip.unsika.ac.id³

ABSTRACT.

Instagram is one of the internet-based social interaction platforms that is widely used by the public to share information, including information about tourism. The purpose of this study is to find out whether Instagram photo posts @pesonakuningan have a significant influence on the interest of visiting followers to Telaga Biru natural tourism. The independent variable used in this study was Instagram posts (X), while the dependent variable was the interest of visiting followers in visiting Telaga Biru natural attractions. This study adopts the theory of uses and effect as the main theoretical framework, and uses quantitative research methods by using questionnaires as data collection instruments. The analysis used in this study is a simple linear regression analysis. The results showed that photo posts on Instagram @pesonakuningan have a significant effect on the kinat of visiting followers to Telaga Biru natural attractions.

Keywords: Social Media, Tourist Attraction, Interested Visit

ABSTRAK.

Instagram merupakan salah satu platform interaksi sosial berbasis internet yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbagi informasi, termasuk informasi seputar pariwisata. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah postingan foto Instagram @pesonakuningan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah postingan Instagram (X), sedangkan variabel dependen adalah minat berkunjung *followers* dalam mengunjungi wisata alam Telaga Biru. Penelitian ini mengadopsi teori *uses and effect* sebagai kerangka teoritis utama, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa postingan foto di Instagram @pesonakuningan berpengaruh signifikan terhadap Minat berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru.

Keywords: Media Sosial, Objek Wisata, Minat Berkunjung

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi semakin berpengaruh terhadap perkembangan internet di Indonesia. Penggunaan internet menghadirkan tren terbaru seperti munculnya media sosial. Media sosial adalah platform interaksi sosial secara online yang terhubung dengan koneksi internet. Pengguna dapat melakukan komunikasi, interaksi, berbagi informasi, dan membangun hubungan melalui media sosial

dengan menggunakan *website* atau aplikasi berbasis teknologi, yang merubah bentuk komunikasi menjadi dialog yang interaktif (Munawwaroh et al., 2018).

Media sosial memiliki peran penting sebagai sarana untuk memfasilitasi interaksi sosial antara individu-individu dalam pertukaran informasi (Kenny et al., 2022). Salah satu platform media sosial yang populer dan digunakan luas oleh masyarakat adalah Instagram. Menurut data tren internet dan media sosial tahun 2022 di Indonesia, yang dikutip dari *Hootsuite (We are social)*, Instagram menempati peringkat kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan jumlah pengguna mencapai 84,8% dari total populasi.

Menurut Dwi Atmoko (2012), Instagram adalah sebuah aplikasi yang menyediakan platform bagi pengguna untuk berbagi foto dan video. Setiap foto dan video yang diunggah di Instagram dapat dilihat oleh pengguna lainnya. Biasanya, konten Instagram dilengkapi dengan keterangan atau *caption*. Umumnya, konten yang dibagikan akan mendapatkan komentar atau tanda suka dari pengguna yang melihatnya.

Brand development Instagram (dalam Yuni Dharta et al., n.d. 2022) menjelaskan jika konten yang paling banyak diunggah oleh pengguna Instagram di Indonesia adalah foto *selfi*, liburan, makanan dan keluarga merupakan beberapa jenis konten yang paling populer.

Peran Instagram dalam dunia pariwisata dinilai cukup besar, karena banyak *traveler* yang mulai tertarik untuk berwisata setelah melihat postingan foto di Instagram. Dikutip dari laporan yang diberitakan kompas.com pada tahun 2015, Instagram memainkan peran besar dalam dunia pariwisata. Banyak wisatawan yang tertarik untuk berwisata setelah melihat foto-foto wisata alam yang diposting oleh pengguna Instagram. Seperti yang terjadi pada foto-foto wisata alam yang diunggah di media sosial Instagram, foto-foto tersebut dapat secara sadar atau tidak sadar memberikan informasi yang berharga dan membangkitkan minat serta motivasi pengguna untuk mengunjungi tempat tersebut, bahkan sampai pada tahap tindakan yang dilakukan oleh pengguna yang melihatnya.

Mengenai pariwisata, Jawa Barat memiliki berbagai destinasi wisata yang menarik seperti pantai, gunung, wisata alam, dan budaya yang kaya, yang bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Salah satu daerah di Jawa Barat adalah Kabupaten Kuningan, potensi daya tarik wisata di Kabupaten Kuningan sangat besar. Salah satu wisata alam yang menarik perhatian khususnya di kabupaten Kuningan adalah wisata alam Telaga Biru.

Telaga Biru, yang terletak di Desa Kaduella, Kecamatan Pasawahan, Kabupaten Kuningan memiliki keindahan alam yang unik. Telaga biru merupakan sebuah telaga yang memiliki keindahan alam yang unik dengan air telaga yang jernih dan memiliki gradasi warna antara biru dan hijau *tosca*. Telaga Biru memiliki banyak *spot* foto yang indah dan menarik.

Fenomena inilah yang menjadi dasar bagi peneliti, di mana foto-foto yang diunggah dinilai memiliki potensi untuk mempengaruhi rasa ingin tahu dan minat berkunjung pengguna lainnya. Rasa ingin tahu muncul saat seseorang mengarahkan

perhatiannya pada suatu objek, yang dalam penelitian ini adalah postingan tentang wisata alam Telaga Biru di media sosial Instagram @pesonakuningan.

Menurut Saleh (dalam Machruf & Edy Wibowo, 2018) minat dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian dan melakukan tindakan terhadap sesuatu yang menimbulkan perasaan senang. Minat mencakup arah atau keinginan yang ditujukan kepada suatu hal, dan melibatkan tindakan dan keinginan individu terhadap objek tersebut sebagai dorongan kuat untuk mencapai tujuan dan aspirasi yang diinginkan. Minat terdiri dari unsur-unsur seperti perasaan, rasa ingin tahu, perhatian, kesiapan untuk bertindak, dan kecenderungan untuk terlibat dalam aktivitas tertentu.

Salah satu akun Instagram yang selalu membagikan konten mengenai wisata alam Telaga Biru yang ada di Kabupaten Kuningan adalah akun Instagram @pesonakuningan. Postingan wisata alam Telaga Biru yang diposting di Instagram @pesonakuningan dapat memicu tindakan dari pengguna lain, pengguna yang dalam penelitian ini adalah *followers* dari Instagram @pesonakuningan. Setelah melihat foto-foto tersebut, pengguna mungkin merasa terinspirasi atau memiliki minat untuk mengunjungi tempat tersebut dan merasakan keindahan alam yang ditampilkan dalam foto tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menggunakan teori *Uses and effect* sebagai teori utama dalam penelitian ini.

Teori *uses and effect* berfokus pada hubungan antara pengguna, media, *audiens*, dan hasil dari penggunaan media tersebut. Teori ini mempertimbangkan efektivitas penggunaan media sosial Instagram dan apakah penggunaannya menghasilkan dampak pada penggunanya (Yuni Dharta et al., n.d. 2022). Teori ini merupakan hasil gabungan dari pendekatan *Uses and Gratifications* dan teori tradisional mengenai dampak yang dihasilkan dari penggunaan media (Alfirahmi, 2019).

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan: seberapa besar pengaruh Postingan Foto Instagram @pesonakuningan terhadap minat berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan metode tradisional yang umum digunakan dalam penelitian. Metode ini termasuk dalam paradigma positivistik yang mengedepankan kaidah ilmiah seperti objektivitas, keukuranan, rasionalitas, dan sistematika. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deduktif, yaitu menguji hipotesis berdasarkan konsep atau teori yang telah ada (Sugiyono, 2015).

Populasi Dan Teknik Penarikan Sampling

Menurut sugiyono (2015) populasi merupakan wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang ditentukan dan dianalisis oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 122.000 ribu pengikut akun Instagram @pesonakuningan. Sugiyono (2015) juga menjelaskan bahwa bagian dari populasi yang diteliti disebut sampel. Apabila populasi terlalu besar, maka peneliti

bisa memilih untuk mengambil sampel yang mewakili populasi tersebut. Teknik *simple random sampling* digunakan dalam penelitian ini, yaitu pengambilan sampel secara acak tanpa mempertimbangkan stratifikasi dari populasi. Rumus Slovin digunakan oleh peneliti untuk menentukan ukuran sampel. Dari hasil yang diperoleh, penelitian ini membutuhkan sampel sebanyak 100 responden.

Teknik Analisis Data

Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa analisis data melibatkan beberapa langkah, termasuk mengelompokkan data, melakukan tabulasi data, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab pertanyaan penelitian, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Analisis data dilakukan setelah semua responden atau sumber data terkumpul, dilakukan analisis data.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menjelajahi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi sederhana digunakan untuk mengidentifikasi hubungan fungsional atau kausal antara minat berkunjung *followers* (variabel dependen) dengan postingan foto pada media sosial Instagram (variabel independen).

Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015), uji signifikansi seperti uji t dan koefisien determinasi digunakan untuk menguji apakah hubungan yang ditemukan dari koefisien korelasi berlaku secara signifikan untuk seluruh populasi. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi dari koefisien korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk melakukan uji t, perlu menentukan tingkat signifikansi, misalnya $\alpha = 0,05$, dan mencari nilai t tabel dengan derajat kebebasan (dk) sebesar $n - 2$. Selanjutnya, nilai t tersebut dibandingkan dengan nilai t tabel sesuai dengan aturan yang telah ditentukan.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak artinya tidak signifikan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima artinya signifikan

Dalam penelitian ini koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (postingan foto Instagram) terhadap variabel Y (minat berkunjung *followers*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mempelajari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien regresi yang terlihat pada Tabel 1

Tabel 1. Persamaan Hasil Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	9,389	3,548		2,646	,009
Instagram	,650	,102	,541	6,369	,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi, ditemukan bahwa nilai konstan adalah 9,389. Hal ini berarti jika variabel postingan Instagram @pesonakuningan memiliki nilai yang konstan, maka nilai minat berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru akan menjadi 9,389. Selanjutnya, koefisien regresi untuk variabel postingan foto Instagram @pesonakuningan adalah 0,650. Ini menunjukkan bahwa postingan foto Instagram @pesonakuningan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru Kabupaten Kuningan.

$$T \text{ tabel : } (a/2 ; df) = (0,05/2 ; 99) = (0,025 ; 99) = 1,984$$

Berdasarkan Tabel 1, terdapat nilai t hitung sebesar 6,369 dan nilai sig t sebesar 0,00 untuk variabel X: postingan foto wisata alam Telaga Biru pada media sosial Instagram @pesonakuningan. Hasil uji data SPSS menunjukkan bahwa nilai t hitung (6,369) lebih besar daripada t tabel (1,984), dan nilai sig t (0,00) lebih kecil daripada 0,055. Hal ini menunjukkan penolakan H_0 dan penerimaan H_a , yang berarti variabel independen (Postingan Foto Instagram @pesonakuningan) memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2018). Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2. Determinasi Koefisien

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,541 ^a	,293	,286	4,14968

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2, terdapat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,293. Ini menunjukkan bahwa variabel postingan foto Instagram dapat menjelaskan sebanyak 29,3% dari minat berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru Kabupaten Kuningan. Sisanya (100% - 29,3% = 70,7%) 70,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain dari luar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Dalam konteks media sosial Instagram, postingan foto memiliki peran penting dalam menarik perhatian masyarakat. Postingan foto tersebut merupakan pesan yang disampaikan oleh pengguna kepada para pengikutnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan akun Instagram @pesonakuningan untuk melihat respon atau tanggapan dari *followers* setelah melihat postingan wisata alam Telaga Biru. Respon tersebut dapat berupa minat untuk melakukan perjalanan atau berkunjung ke wisata alam Telaga Biru. Minat ini mencakup perhatian, rasa ingin tahu, perasaan tertarik, kesiapan untuk bertindak, dan kecenderungan untuk terlibat.

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan *followers* akun Instagram @pesonakuningan. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil uji *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa variabel postingan foto Instagram @pesonakuningan memiliki pengaruh sebesar 29,3% terhadap minat berkunjung, sedangkan sisanya (70,7%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil perhitungan regresi linear dengan SPSS versi 25 menghasilkan persamaan regresi linear sebagai berikut: $Y = 9,389 + 0,650X$. Di sini, Y merupakan minat berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru, sedangkan X merupakan postingan foto Instagram. Model ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai postingan foto Instagram (X) akan diikuti dengan peningkatan minat berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru (Y).

Selanjutnya, Hasil uji t menunjukkan bahwa postingan foto Instagram @pesonakuningan memiliki tingkat signifikansi yang sangat rendah kurang dari 0,05, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Selain itu, nilai t hitung (6,369) lebih besar daripada t tabel (1,984), yang berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara postingan foto Instagram @pesonakuningan dan minat berkunjung *followers* ke wisata alam Telaga Biru.

Penelitian ini juga didukung oleh teori Windahl (1979), yaitu teori *uses and effect* yang berkaitan dengan pengguna, media, *audiens*, dan efek yang dihasilkan. Teori ini menekankan pentingnya penggunaan media sosial Instagram dan apakah penggunaan tersebut efektif serta menghasilkan efek bagi penggunanya. Secara keseluruhan, teori *uses and effect* memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial Instagram, seperti postingan foto, dapat mempengaruhi minat individu dalam mengunjungi wisata alam Telaga Biru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana, ditemukan bahwa postingan foto Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap minat *followers* untuk mengunjungi wisata alam Telaga Biru. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi t yang lebih kecil dari nilai α yang ditetapkan, menunjukkan keberhasilan model analisis regresi.

Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel postingan foto Instagram @pesonakuningan dapat menjelaskan sebesar 29,3% dari minat *followers* untuk mengunjungi wisata alam Telaga Biru Kabupaten Kuningan. Sisanya, sebesar 70,7%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan temuan ini, peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dan mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat pengunjung. Penting untuk memahami bahwa pengaruh postingan foto Instagram terhadap minat *followers* hanya sebesar 29,3%, sehingga penelitian lanjutan dapat menggali lebih dalam dan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang berperan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi. (2019). Fenomena Kopi Kekinian Di Era 4.0 Ditinjau dari *Marketing 4.0* dan Teori *Uses and Effect*. *Jurnal Lugas*, 24(1), 24–32. <http://ojs.stiami.ac.id>.
- Dwi, A. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kenny, W., Pangkey, R., Viersa Budiman, R., & Dewi, S. P. (2022). Pengaruh Penggunaan Facebook Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Menjaga Keamanan Dan Ketertiban Kota Manado. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 121-135.
- Machruf, B., & Wibowo, S. E. (2018). Peran media sosial Instagram dalam menarik minat berkunjung mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Mulawarman di Wisata Ladang Budaya Tenggarong. dalam *eJournal Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Munawwaroh, P. R., Evawani, P. :, Lubis, E., & Si, M. (2018). Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @EXPLORESIAK Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura. In *JOM FISIP* (Vol. 5, Issue 1).
- Projo, W.A. 2015. Instagram Efektif Menyebarkan Informasi Pariwisata. Diakses dari portal <https://travel.kompas.com/read/2015/07/04/0916000/Instagram.Efektif.Menyebarkan.Informasi.Pariwisata/> pada 28 Mei 2023 pukul 11.00
- Riyanto, Andi Dwi. 2022. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Diakses dari portal <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> pada 28 Mei 2023 pukul 11.00.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta CV.
- Yuni Dharta, F, Kusumaningrum, R. (2022) Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Curug Malela Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/1284>